

# 最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）



個人消費は、持ち直している。

2023年4～6月期の百貨店とスーパーの合計売上高（全店ベース）は、全ての月で前年の実績を上回った。

百貨店の売上高（全店ベース）は、2021年10月以降、前年同月の実績を上回るなど好調が続いている。

スーパーの売上高（全店ベース）も、2022年10月以降、前年同月の実績を上回った。

乗用車新車販売台数は、2022年9月以降10か月連続で前年同月を上回った。

コンビニエンスストア販売額は、来店客数が伸びており、2021年12月以降連続して前年同月を上回った。

家電大型専門店販売額は、4月と5月は前年同月を上回ったものの、6月には3か月ぶりに前年同月を下回った。

ドラッグストア販売額は、引き続き堅調に推移しており、2021年4月以降連続して前年同月を上回った。

ホームセンター販売額は、4月と5月は前年とほぼ同水準で推移し、6月には前年同月を上回った。

## 月別概況



### 4月 〈平年差〉 平均気温+0.7℃、降水量+93%

百貨店は、外出機運の高まりを受け、全店ベースの売上高は、前年同月比で13.0%の増加となった。4月は、家具以外の全商品が前年同月の販売額を上回った。商品別でみると、婦人服や紳士服、化粧品、食料品等の商品が好調であった。

スーパーにおける全店ベースの売上高は、前年同月比で4.9%の増加となった。商品別では、身の回り品の販売額が10.0%増加するなど好調に推移した。

### 5月 〈平年差〉 平均気温-0.1℃、降水量+70%

百貨店は、ゴールデンウィークの活況に加え、外国人観光客の増加もあり、全店ベースの売上高は、前年同月比で14.1%の増加となった。5月も家具以外の全商品が前年同月の販売額を上回った。商品別でみると、衣料品や身の回り品、食料品等の商品が前年同月比で2ケタ増と好調であった。

スーパーにおける全店ベースの売上高は、前年同月比で4.7%の増加となった。商品別では、飲食料品の販売額が4.4%の増加、身の回り品の販売額が4.0%増であった。外食需要の高まりはあるものの行楽やバーベキューに向けた食材を買い求める顧客が多く見られた。

### 6月 〈平年差〉 平均気温+0.2℃、降水量+42%

百貨店における全店ベースの売上高は、国内需要が増える中、インバウンドの回復もあり、前年同月比で13.9%の増加となった。商品別では、身の回り品の販売額が21.2%増と好調であり、衣料品のうち、婦人・子供服・洋品の販売額が16.4%増と好調である。その他、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行を受け、化粧品の売れ行きが好調である。

スーパーにおける全店ベースの売上高は、前年同月比で5.4%の増加となった。商品別では、家具・家電・家庭用品計の販売額が2ケタ増の17.2%の増加となった。全体的な値上げの影響で客単価の上昇の影響が出ている。

以下では、6月期をはじめとした個別の事例の状況をみていく。

## 百貨店 A 社

例年より早い梅雨入りの影響があったものの、来店客数は前年同月比で増加し、店舗売上高も2ケタ増となった。免税売上高は、昨年から伸長している韓国や台湾、香港に加え、中国も回復傾向にあり、大幅に増加した。

**婦人服・服飾雑貨**：売上高は、前年同月比で増加となった。夏に向けて、パラスルやサンダル等の商品の売れ行きが好調であった。ラグジュアリー商品も含めたバッグやアクセサリ等の売上高は、前年同月比で2ケタ増加となった。

**紳士服**：売上高は、前年同月比で増加となった。外出機会の増加を受け、カジュアルバッグ等の旅行関連商品の売れ行きが好調であった。

**化粧品**：売上高は、前年同月比で増加となった。好調な国内需要に加え、訪日外国人旅行者の需要の回復も見られた。先月から引き続き、UVケアアイテムやリップの売上が好調であった。

**ラグジュアリー**：売上高は、前年同月比で増加となった。宝飾品や時計の売れ行きが引き続き好調に推移した。100万円以上の高額商品に関しても、好調なインバウンドによる押し上げ効果もあり、前年以上の売れ行きを記録した。

**食料品**：売上高は、前年同月比で増加となった。商品別では、父の日もあり、酒類の売れ行きが好調であった。菓子類等も2ケタ増の売上高を記録した。

## 自動車販売店 B 社

B 社は、大阪府南部を商圏とする自動車販売店（ディーラー）である。B 社においても、部品や在庫不足の影響が続いており、人気車種では契約から納車まで1年を超えるケースもある。

**売上高と販売台数**：6月の売上高は、前年同月比で1割減となった。中古車販売台数は、前年同月比がプラスで推移したものの、在庫不足の影響から新車販売台数が前年同月比でマイナスとなった。なお、販売台数はピーク時から3割程度減少している。

販売台数のうち、軽自動車占める割合が増加傾向にあり、半数近くを占めている。軽自動車の価格は、装備の充実などにより価格が上昇傾向にあり、250万円を超える金額のものもある。軽自動車以外では、ファミリー層にはミニバン、若年層にはSUVが人気である。

**収益**：車検や整備・修理などの工賃レバレート（1時間当たりの工賃価格）や車体価格の上昇もあり、客単価は上昇している。優秀な人材の採用や確保のため、賃上げを行うなど人件費の増加はあるものの経費の削減も進めており、昨年は過去最高益を記録した。本年の利益も昨年に近い水準に落ち着くと見込まれている。

**販売・購入の変化**：以前は、訪問による営業を行っていたものの現在では、来店による提案型の営業が中心となっている。数年後の買取保証額（＝残価）を予め設定し、残価を除いた金額の分割払いが完了すれば、残価を支払い購入するか、新車に乗り換えるか等の選択ができる、「残価設定型クレジット」に

よる購入が増加している。残価設定型クレジットによる販売の比率が同業他社の2倍超となることから、数年で新車に乗り換える選択をする顧客が多くみられる。

また、リースやサブスクリプションなどのサービスも活用し、納車までの期間が長い顧客に対して、所有以外の方法で車を提供できるよう提案の充実化を図っている。

**社会背景と対応**：若者の車離れが進んでいるのに加え、高齢者の免許返納者も増加している。また、納車待ちが大量に起きるなど厳しい環境が続いている。B 社においては、営業面で同業他社に劣らないよう会話型のロールプレイによるセールス訓練を委員会組織にて社員相互に実践することで、現場営業力の強化を図っている。

社内向けの対応としては、働き方改革の推進にも注力している。営業日数の短縮や残業時間の削減、育休の取得奨励や成果目標の変更などの取り組みを行い、従業員の満足度を高めるようにしている。

（松島 旬紀）

## 大阪府の消費に関する経済指標

※pは速報値を表す （単位：百万円、台、%）

		2022年		2023年			
		1月	2月	3月	4月	5月	6月
大型小売店 計	販売額 (全店ベース)	148,913	136,317	153,122	146,277	149,583	p 153,030
	(前年同月比、全店ベース)	11.7	13.3	9.8	8.9	9.3	p 9.7
	(前年同月比、既存店ベース)	11.3	12.9	9.4	8.3	8.7	p 9.2
うち 百貨店	販売額	75,556	69,024	81,955	74,400	75,984	p 80,274
	(前年同月比、全店ベース)	21.0	27.7	16.6	13.0	14.1	p 13.9
	(前年同月比、既存店ベース)	21.0	27.7	16.6	13.0	14.1	p 13.9
うち スーパー	販売額	73,357	67,292	71,167	71,878	73,599	p 72,756
	(前年同月比、全店ベース)	3.6	1.6	3.0	4.9	4.7	p 5.4
	(前年同月比、既存店ベース)	2.7	0.8	2.1	3.7	3.5	p 4.4
コンビニエンスストア 販売額及び店舗増減	販売額 (全店ベース)	70,819	65,995	75,783	74,618	75,962	p 75,645
	(前年同月比、全店販売額)	8.3	9.1	8.8	8.3	8.5	p 6.4
	店舗数 (前年同月比)	0.3	0.4	0.6	0.7	0.7	p 0.8
乗用車新車販売	台数	17,341	19,431	23,450	16,049	15,490	17,910
	(前年同月比)	15.9	29.6	14.5	19.9	26.8	27.5
家電大型専門店販売額	(前年同月比)	4.9	9.8	▲ 0.5	1.7	1.6	p ▲ 2.7
ドラッグストア販売額	(前年同月比)	3.9	7.3	13.8	11.8	14.5	p 14.5
ホームセンター販売額	(前年同月比)	▲ 3.8	▲ 1.3	1.7	0.6	0.0	p 1.5

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【乗用車新車販売台数】（一社）日本自動車販売協会連合会、（一社）全国軽自動車協会連合会。

【コンビニエンスストア販売額】【家電大型専門店販売額】【ドラッグストア販売額】【ホームセンター販売額】経済産業省「商業動態統計」。